

5.13.Wed **EVENT REPORT**



ONLINE LOCAS MEETING vol.1 5.13.Wed

ブランディングの重要性を再認識! コロナショックをコロナチャンスに

コロナショックが世界中、日本中で巻き起こるなか、住宅業界もまたその影響を 大きく受けている。緊急事態宣言は一旦解除されたものの、今後の業界、企業 の在り方、あるいは働き方に悩んでいる方も多いだろう。

そんな中、全国的に緊急事態宣言下にあった5月13日、LOCAS会議が「with コロナ / afterコロナを考えていく」をテーマにオンライン会議で開催された。会 議参加者は、全国のさまざまな工務店取締役やスタッフなど、LOCASの会員 70名。各々のオフィスや自宅から参加し、頷いたり笑顔になったりといった様子 を動画でシェアしながらの開催となった。





LOCAS ONLINE MEETING REPORT 01

会議では、オンラインだからこそ 意味のあるテーマコンテンツを提供

「初の試みとして開催しましたが、オンライン開催の手応えを感じています」と話すのは、LOCASのブランドプロデューサー・コマツ アキラ。

「日本全国、遠方からの参加者も大勢いるために今まで四半期に一回だった LOCAS会議。住宅業界のキーパーソンやキングコングの西野売廣さんといった、ビジネスを面白い角度から見るゲストを招きながら開催してきました。今回はコロナ禍のオンライン開催ということで、オンライン参加だからこそ深く考えることのできる仕掛けなども用意して開催。うまく機能したと感じています」。

会議では「コロナショックをコロナチャンスへ変えていく」ためのさまざまな仕掛けを紹介。主にデジタル上がフィールドとなる施策を、会議参加者がリアルに体験できる結果となった。











オンライン内覧会をオンタイムで体験し 全国の工務店とノウハウを共有

例えば、内覧会や展示場イベントの開催が難しくなっている現状を踏まえ、株式 会社サンプロがおこなっている「オンライン内覧会」。モデルハウスの特徴を話し ながらオンラインで購入検討者に見てもらえる仕組みだ。

会議参加者は、実際にこの内覧会ライブ中継に参加。長野県塩尻市にあるモデルハウスの前からはじまり、グランピングが可能な前庭やリビングなどの様子を、お客さん目線で画面越しに体験した。オンライン内覧会は、サンプロが独自開発した内覧用カメラアプリを使いながら、株式会社サンプロ経営戦略室・井本真人(いもとまさと)が案内。体験のあとは、アプリ開発者その人である井本が中心となり、オンライン内覧会が抱える諸問題の洗い出しや、解決するためのヒントやノウハウを共有した。

また、サンプロが早々に実践したコロナ対策の事例も紹介。コロナ対策本部の設置、お客様にわかりやすい注意喚起のピクトグラム開発、ライブお披露目会の導入、 建売物件の案内映像公開、普段から用意していた非常食の備蓄を社員に配るといった事例を、参加者たちは画面に顔を近づけてメモを取りながら確認していた。

対策本部の設置



各種対応のマニュアル化



テレワークの導入



予防備品の配布



役員より全社メッセージ



内外への啓蒙



ライブお披露目会



オンライン相談会



建売物件の案内映像



ピクトグラム開発



非常食の配布



コロナ禍で削ぎ落としたもの

オフィスや拠点間の移動 教育

オフィス 出張

無駄会議 通勤

コストダウン イベント

対面接客 飲み会/懇親会

対面コミュニケーション etc...

先を見据えた整理と最適化

withコロナの今、afterコロナを見据えて 持つべきコンセプトとは

ファシリテーターであるコマツが「数か月前と今を比べ、業務上削ぎ落されたものはありますか?」と問いかけると、参加者たちがチャット機能を使って多様なコメントを寄せる。オフィスや拠点間の移動、オフィスそのもの、無駄会議、出張、対面接客、イベント、飲み会・懇親会、朝礼。枚挙にいとまがないなか、コマツはこう続けた。「今出していただいた『削ぎ落ちたもの』は、afterコロナ期に『単純に拾っていく・戻していく』のではなく、『最適化』させた状態にして取り入れてください」。

削ぎ落せるものをしっかり削ぎ落とし、最適化していく。そしてその最適化した 部分を競争力に変えていく。これがwithコロナ期の今、持つべきコンセプトで あると説いた。そのうえで、afterコロナでは「オンライン」を大きく意識したうえで の最適化が必要だと話が展開されていく。

afterコロナは「オンライン上」での クオリティマーケティングが鍵

LOCAS発起人/サンプロ社長・青栁 弘昭(あおやぎ ひろあき)曰く、「コロナ 禍の影響を受けた今後は、オンライン・デジタルの活用にチャレンジし、リテラシーを身に着け、ビジネスに活かしていかなければいけない|とのこと。

それを踏まえ、afterコロナ期に会社としてジャンプするためには「①共感・憧れ (ブランディング)」「②知識・技術(プロフェッショナル)」の両方を会社として持 ち、デジタル上でのコミュニケーションが必要だと語る。

コロナ以前から、生活者の情報源がマス媒体からネットやSNSへ移行すること(「デジタルシフト」)はさまざまな業界で起こってきた。LOCAS会議でも度々同テーマでディスカッションがおこなわれてきたが、今、コロナ禍の影響によって一気にそのデジタルシフトが加速するため、スピード感を持った対応が必須だとコマツは警鐘を鳴らす。「旧来のマーケティングからの脱却こそが、大手と地域工務店がフラットになる状況を生む。つまり、我々中小企業が今よりお客様に選んでもらえるチャンスです。きちんとコミュニケーションすれば、品質の良いものがきちんと認められる市場になる(「クオリティマーケティング」)。SNSの活用やセルフブランディングに対してフットワークの軽い中小企業にこそ、優位性があると思ってください」と、さまざまなオンラインマーケティングの事例紹介とともに解説した。



コロナチャンス

- クオリティマーケティングの加速
- オンライン化による商圏拡大(D2Cの加速)
- テレワークの実現による高度人材の採用や パートナーシップの実現
- リノベーション需要の拡大
- 地方経済圏の活性化(地方創生)





LOCAS ONLINE MEETING REPORT 03

■ 今後のオンラインLOCAS会議

現在、オンラインでのLOCAS会議が今年いっぱいは月に一回開催されることが決定している。リアルタイムなテーマや、今までは拾いきれなかった小さな(しかし重要な)テーマが取り上げられていく予定で、この「機会の増加」と「テーマの細分化」は、オンライン開催になったからこその利点といえるだろう。

「私たちの業界の特徴柄、これからもリアルの現場がなくなるわけではない。しかし、デジタルの中にリアルの対面があるという形になっていくはずです。まだ会ったことがないお客様にデジタル上でどのように共感して頂き、信頼を得ていくのか。そのヒントになる会議にしていきたい」と青栁社長。「当たり前の常識が変わっていくなか、住宅業界にとどまらない興味深い成功事例も、リアルタイムでどんどん共有していきます」と、今後のLOCAS会議への意欲を高めている。



2020年 オンラインLOCAS会議日程

7/14 TUE 16:00-18:00

「Youtube & SNSって実際どうよ?」



8/20 (**) 16:00-18:00

9/15 火 16:00-18:00

10/13 必 16:00-18:00

11/17 必 16:00-18:00

12/8 (**) 16:00-18:00

SUNPRO

SUNPRO(サンプロ)は長野県塩尻市に本社を置き、新築住宅・リフォーム・不動産などを主核とした住生活事業を展開。2000年の設立以来人口減が進む地方商圏で増収を続け、さらなる飛躍のため2017年にリブランディングを実施。「信州のくらしをデザインする」を掲げ、「住生活に関わるモノ・ハードの提供」から「信州に笑顔あふれるくらし・ソフトの提供」へと成長を続ける。今まさに「住生活事業の会社」という枠自体をも突破しようとしている。

リンク: https://sunpro36.co.jp/

LOCAS

LOCAS(ロカス)は住宅業界における企業ブランディングを考える実務者同士のアカデミー。発起人は、SUNPRO代表の青柳弘昭。インナーブランディング・アウターブランディングそれぞれのソリューションを持ち、実務者によるオープンイノベーションを図っていくLOCAS会議をはじめ、様々なセミナー・勉強会を実施。業界内でもトップクラスの住宅会社が集まり、自社は勿論、建築業界自体の地位向上を目的に業界のブランディングを考える施策を展開。

04

リンク: https://locas.co.jp/

LOCAS ONLINE MEETING REPORT